

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UD. LANCAR (Agen Gas LPG Dan Air Minum Club, Semanding - Tuban Jawa Timur)

Hendra Purwanto^{1*}, Handaru Indrian Sasmito Adi²

^{1,2}Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Ronggolawe

*Email: hendrauchia@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Lancar Semanding Tuban. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan (konsumen) UD. Lancar dipimpin oleh Tanto Wijaya berlokasi di jalan Raya Tuban-Babat Km. 4 no.1163 Kecamatan Semanding Kabupaten Tuban yang bergerak dalam distributor gas LPG dan air minum club. Untuk menentukan sampel dengan teknik probability sampling yaitu jumlah populasi sebanyak 250 pelanggan selama 3 hari diperoleh sampel sebanyak 71 pelanggan menggunakan rumus slovin. Pada penelitian ini menggunakan Metode analisis data meliputi uji instrumen yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik yaitu multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis yaitu uji t (uji parsial), uji F (uji simultan) dan koefisien determinasi (R^2). Untuk hasil dalam penelitian ini disimpulkan bahwa 1). Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Lancar Tuban dengan nilai sebesar 78,8% serta memiliki nilai probabilitas $t_{hitung} < t_{tabel}$ (0,000 < 0,05). 2). Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Lancar Tuban dengan memiliki nilai sebesar 20% serta untuk nilai probabilitas $t_{hitung} < t_{tabel}$ (0,003 < 0,05). 3). secara simultan (Bersamaan) nilai variabel kualitas pelayanan serta nilai kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan pada UD. Lancar Kecamatan Semanding Kabupaten Tuban dengan nilai sebesar 74,3% serta nilai probabilitas $F_{hitung} < F_{tabel}$ (0,000 < 0,05).

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Kualitas Produk; Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia jasa semakin maju dan melesat, hal ini merupakan dampak semakin berkembangnya suatu bangsa, baik dari segi ekonomi maupun dari segi pembangunan maupun teknologinya. Pengaruh dari perkembangan perekonomian berdampak besar terhadap barang dan jasa, keberadaan penyedia jasa pengiriman barang maupun sebagai tempat sementara barang untuk disimpan ini merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku usaha. Seperti halnya pada UD. Lancar Tuban perusahaan ini bergerak di bidang distribusi produk gas LPG dan air minum kemasan club. salah satu kegiatan distribusi adalah pelayanan dan penjualan produk secara langsung ke konsumen. Pelayanan merupakan salah satu kunci terpenting dalam suatu kesuksesan perusahaan, agar mengetahui perusahaan itu berkualitas atau tidak salah satunya yaitu melalui kualitas pelayanan, seperti yang

diungkapkan oleh yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang harus diharapkan serta mampu mengendalikan atas tingkat keunggulan tersebut untuk bisa memenuhi keinginan konsumen.

Kualitas produk menurut produk ialah pemahaman subyektif produsen terhadap "sesuatu" yang dapat ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai sesuatu tujuan dalam organisasi dengan memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan, sesuai dengan kompetensi serta kapasitas dalam organisasi terhadap daya beli di pasar. Kualitas produk juga merupakan salah satu faktor penting dalam mencapai kepuasan konsumen. Dengan adanya kualitas produk yang baik sehingga keinginan serta kebutuhan pelanggan bisa terpenuhi. menurut menyatakan bahwa kualitas produk ialah gabungan karakteristik produk mulai perencanaan, pembuatan, pemasaran, serta

pemeliharaan sehingga produk yang diproduksi bisa sesuai dengan harapan konsumen.

Kualitas yang kurang baik bisa menimbulkan ketidakpuasan terhadap konsumen, tidak hanya konsumen melainkan berdampak juga bagi calon konsumen.

Para konsumen atau pelanggan lebih tertarik berbelanja di UD. Lancar Tuban hal ini disebabkan karena UD Lancar Tuban merupakan salah satu perusahaan penyedia produk gas LPG dan air minum kemasan club, selain itu harga dan produk yang ditawarkan jauh lebih murah dan berkualitas dibanding yang lainnya, kualitas produk yang digaransi oleh UD Lancar Tuban, makin menambah tingkat kepercayaan pelanggan, dan loyalitas pelanggan merupakan salah satu tujuan dari UD Lancar Tuban dalam menggapai kesuksesan.

Seperti yang dikatakan oleh [9] bahwa kualitas produk dan layanan memberikan suatu dorongan sehingga memberikan hubungan terhadap kepuasan pelanggan, dan mendorong ikatan kepada pelanggan dengan perusahaan. Begitupula sebaliknya, apabila kualitas layanan dan kualitas produk baik maka konsumen akan memiliki keinginan yang nantinya cenderung untuk melakukan pembelian ulang.

Ditambahkan juga oleh [12] bahwa Kualitas produk merupakan faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Pengalaman yang baik atau buruk terhadap produk akan mempengaruhi konsumen atau pelanggan untuk pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Pengalaman yang baik atau buruk terhadap produk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak. Sehingga pengelola usaha atau perusahaan dituntut untuk menciptakan atau menghadirkan produk yang sesuai dengan kebutuhan atau selera konsumen.

Guna untuk meningkatkan kepuasan pelanggan UD. Lancar Tuban memberikan pelayanan yang berkualitas, dengan cara pelayanan prima, tanggap, dan cekatan, sedangkan menurut menyatakan bahwa terdapat lima kriteria yang terkait terhadap kepuasan konsumen yaitu : 1. Kinerja, 2. Harapan, 3. Pengalaman, 4. Perbandingan, 5. Konfirmasi. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diajukan penelitian dengan judul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UD.

LANCAR (DISTRIBUTOR GAS LPG DAN AIR MINUM CLUB) SEMANDING-TUBAN".

Berdasarkan permasalahan diatas maka dapat diambil rumusan masalah ialah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Lancar Tuban
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Lancar Tuban
3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan (Bersamaan) berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Lancar Tuban

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif, karena data yang didapatkan berupa nilai atau skor. penelitian kuantitatif ialah merupakan penelitian yang data diperoleh dalam bentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Sedangkan penelitian deskriptif ialah penelitian berfungsi untuk memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel serta populasi sebagaimana adanya.

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Peneliti mengambil lokasi tempat penelitian di UD. Lancar yang dipimpin oleh Tanto Wijaya berlokasi di jalan Raya Tuban-Babat Km. 4 no.1163 Kecamatan Semanding Kabupaten Tuban dan dilakukan pada tanggal 04-08 Juni 2022.

3. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini ialah pelanggan UD. Lancar selama 5 hari terakhir yaitu sebanyak \pm 250 orang yang berbelanja produk LPG dan air minum club. Kemudian dari populasi tersebut diambil sampel dengan rumus slovin, dimana diperoleh 71 responden. Penelitian ini, mengambil sampel dengan menggunakan metode probability sampling dimana, pengambilan sampel yang dapat memberikan peluang yang serupa terhadap setiap anggota (unsur) populasi untuk dijadikan sampel.

4. Metode Pengumpulan Data

Dalam metode ini peneliti melakukan 3 tahap yaitu Kuesioner (pemberian angket), Interview (wawancara), dan Observasi (pengamatan langsung).

5. Metode Analisis Data

5.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas untuk menguji hasil suatu angket untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket tersebut. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dengan menggunakan program SPSS. Nilai r hitung dalam uji validitas adalah pada kolom Correlated item-total correlation. Sedangkan nilai r table diambil dengan menggunakan rumus $df = n - 2$.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pernyataan yang digunakan terhadap penelitian ini dengan menggunakan metode cronbach alpha.

5.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan pada residual regresi. Pengujian ini dilakukan menggunakan cara grafik histogram dan gambar normal P-Plot. Pada grafik histogram, data dinyatakan berdistribusi normal, apabila kurva mempunyai kemiringan cenderungimbang, baik terhadap sisi kanan serta sisi kiri, dan kurva menyerupai bentuk lonceng. Sedangkan gambar P-Plot, data bisa dinyatakan normal apabila gambar berdistribusi secara titik-titik yang menyebar tidak jauh dari garis diagonal.

b. Uji Multikolinieritas

Digunakan mengetahui apakah ada atau tidak penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas yaitu adanya hubungan yang linear antara variabel independen dalam model regresi. Jika memiliki nilai toleransi $> 0,1$ serta nilai VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinieritas

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik Heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji ini menggunakan grafik plot.

5.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 \quad (1)$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

X₁ = Variabel Kualitas Pelayanan

a = Nilai Konstan

X₂ = Variabel Kualitas Produk

b = Koefisien Regresi

5.4 Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji F yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan (X₁) dan kualitas produk (X₂) secara simultan terhadap variabel terikat, yaitu kepuasan Pelanggan (Y). Jika nilai F hitung \geq F tabel dan nilai signifikan $< 0,05$ maka terdapat pengaruh antara X₁ dan X₂ terhadap Y.

b. Uji t

Uji t adalah suatu uji untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel bebas secara parsial atau individual terhadap variabel terikat. Derajat signifikan yang digunakan adalah 0,05. Dan jika nilai t hitung $>$ tabel, maka terdapat pengaruh X₁ terhadap Y dan X₂ terhadap Y.

c. Uji R (Koefisien Korelasi)

Nilai uji R merupakan nilai yang digunakan untuk mengukur kekuatan (keamatan) suatu hubungan antar variabel. Sifat korelasi akan menentukan arah dari korelasi, apabila nilai korelasi tersebut lebih dari 0,6 maka dapat dikatakan ada hubungan antar variabel. Nilai korelasi semakin mendekati nilai 1, maka hubungannya semakin kuat/ erat.

d. Uji R² (Determinasi)

Uji R² digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel. Nilai koefisien ini antara 0 dan 1, jika hasil lebih mendekati angka 0 berarti pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen amat terbatas. Tapi jika hasil mendekati angka 1 berarti pengaruh independen terhadap variabel dependen besar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan kepada 71 responden pelanggan UD. Lancar yang beralamat di jalan Raya Tuban-Babat Km. 4 no.1163 Kecamatan Semanding Kabupaten Tuban diperoleh nilai $r_{tabel} = 0,2335$. Pengujian reliabilitas dan validitas diuraikan berikut ini :

a. Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Tabel 1. hasil Validitas dan Reliabilitas variabel X1

Kualitas Pelayanan (X1)					
No Kuesioner	R hitung	R tabel	Ket.	Cronbah Alpha	Ket.
1	,838**	0,2335	Valid	.866	Reliabel
2	,693**	0,2335	Valid		
3	,806**	0,2335	Valid		
4	,850**	0,2335	Valid		
5	,848**	0,2335	Valid		

Berdasarkan uji validitas diketahui item 1 sampai dengan item 5 dinyatakan valid karena nilai *Pearson Correlation* diatas 0,2335 dan reliabilitas dalam *Cronbach's Alpha* sebesar 0,866 sehingga dinyatakan reliable.

b. Variabel Kualitas Produk (X_2)

Tabel 2. hasil Validitas dan Reliabilitas variabel X2

Kualitas Produk (X2)					
No Kuesioner	R hitung	R tabel	Ket.	Cronbah Alpha	Ket.
1	,890**	0,2335	Valid	.870	Reliabel
2	,717**	0,2335	Valid		
3	,829**	0,2335	Valid		
4	,816**	0,2335	Valid		
5	,803**	0,2335	Valid		

Berdasarkan uji validitas diketahui item 1 sampai dengan item 5 dinyatakan valid karena nilai *Pearson Correlation* diatas 0,2335 dan reliabilitas dalam *Cronbach's Alpha* sebesar 0,870 sehingga dinyatakan reliable.

c. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 3. hasil Validitas dan Reliabilitas variabel Y

Kepuasan Pelanggan (Y)					
No Kuesioner	R hitung	R tabel	Ket.	Cronbah Alpha	Ket.
1	,679**	0,2335	Valid	.924	Reliabel
2	,795**	0,2335	Valid		
3	,865**	0,2335	Valid		
4	,877**	0,2335	Valid		
5	,882**	0,2335	Valid		
6	,697**	0,2335	Valid		
7	,795**	0,2335	Valid		
8	,865**	0,2335	Valid		

Berdasarkan uji validitas diketahui item 1 sampai dengan item 8 dinyatakan valid karena nilai *Pearson Correlation* diatas 0,2335 dan reliabilitas dalam *Cronbach's Alpha* sebesar 0,924 sehingga dinyatakan reliable.

2. Hasil Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4. Uji Normalitas data variabel X1, X2, dan Y

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		Kualitas Pelayanan	Kualitas Produk	Kepuasan Pelanggan
N		71	71	71
Poisson Parameters ^a	Mean	18.45	20.63	31.04
Most Extreme Differences	Absolute	.074	.143	.066
	Positive	.066	.143	.066
	Negative	-.074	-.119	-.052
Kolmogorov-Smirnov Z		.625	1.202	.554
Asymp. Sig. (2-tailed)		.829	.111	.919

a. Test distribution is Poisson.
 b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada variabel kualitas pelayanan = 0,829, variabel kualitas pangan = 0,111, dan variabel kepuasan pelanggan = 0,919 dimana kesemuanya lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa semua variabel berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 5 Uji Multikolinieritas

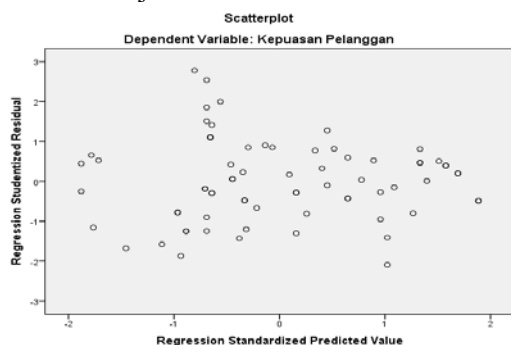
Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	.932	1.073
	Kualitas Produk	.932	1.073

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan nilai VIF untuk

variabel $X_1 = 1,073$ dan variabel $X_2 = 1,073$ lebih kecil dari 10 atau nilai tolerance untuk variabel $X_1 = 0,932$ dan variabel $X_2 = 0,932$ lebih besar dari 0,10 sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas terhadap variabel yang diteliti.

c. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil pengolahan data pada gambar diatas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas. Terlihat, titik-titik menyebar di atas dan di bawah pada angka 0 serta sumbu Y. Jadi bisa disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

3. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji t

Tabel 6. Uji t variabel X1 dan X2 terhadap Y

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,005	2,430		,825	,412		
	Kualitas Pelayanan	1,213	,098	,788	12,359	,000	,932	1,073
	Kualitas Produk	,322	,103	,200	3,130	,003	,932	1,073

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji statistik sebagaimana pada tampak tabel 6 diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dengan nilai $t_{hitung} = 12,359 > t_{tabel} = 1,995$ ($p=0,000$) yang berarti ada pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji statistik sebagaimana pada tampak tabel 6 diketahui bahwa variabel kualitas produk (X_2) dengan nilai $t_{hitung} = 3,130 > t_{tabel} = 1,995$ ($p=0,003$) yang berarti ada pengaruh secara signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

b. Hasil Uji F

Tabel 7. Uji F variabel X1 dan X2 terhadap Y

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1722,023	2	861,012	98,096	,000 ^b
	Residual	596,850	68	8,777		
	Total	2318,873	70			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
 b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil uji statistik sebagaimana pada tampak pada tabel 7 diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian dengan nilai $F_{hitung} = 98,096 > F_{tabel} = 3,126$ ($p=0,000$) dengan probabilitas signifikan = $0,000 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

c. Analisis Regresi

Berdasarkan hasil uji statistik pada tabel 1 diperoleh persamaan regresi yaitu :

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y' = 2,005 + 1,213X_1 + 0,322X_2 + e$$

Memiliki arti sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) adalah 2,005; artinya, jika kualitas pelayanan dan kualitas produk bernilai 0 (nol), maka kepuasan pelanggan bernilai positif (naik), yaitu 2,005.
- Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (b_1) bernilai positif, yaitu 1,213; ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan kualitas pelayanan sebesar 1, maka kepuasan pelanggan juga meningkat sebesar 1,213.
- Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (b_2) bernilai positif, yaitu 0,322; ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan kualitas produk sebesar 1, maka kepuasan pelanggan juga meningkat sebesar 0,322.

d. Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 8. Uji koefisien korelasi dan koefisien determinasi

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,862 ^a	,743	,735	2,963	2,195
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan					
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan					

Berdasarkan hasil uji statistik pada tabel 8 didapat nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,862 jadi dapat disimpulkan hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang erat/ kuat.

Sedangkan besarnya koefisien determinasi didapat pada tabel 8 sebesar 0,743 yang memiliki arti besarnya pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar 74,3%, sedangkan sisanya sebesar 25,7% dipengaruhi oleh variabel lain yg tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

4. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengolahan data melalui program SPSS v. 22 maka akan dilakukan pembahasan hasil penelitian sebagai berikut:

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial

Hipotesis satu menunjukkan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di UD. Lancar yang beralamatkan di jalan Raya Tuban-Babat Km. 4 no.1163 Kecamatan Semanding Kabupaten Tuban. Dari hasil uji t di tabel 1 didapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($12,359 > 1,995$) dan nilai probabilitas kualitas pelayanan lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini mendukung dari temuan yang dikemukakan oleh1,

yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Kereta Api Menoreh Kelas Ekonomi sehingga hipotesa diterima. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t-hitung yaitu 5,488 lebih besar daripada t-tabel yaitu sebesar 1,984 dalam derajat kepercayaan 95% dan taraf kesalahan 5%.

b. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial

Hipotesis kedua menunjukkan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di UD. Lancar yang beralamatkan di jalan Raya Tuban-Babat Km. 4 no.1163 Kecamatan Semanding Kabupaten Tuban. Dari hasil uji t di tabel 1 didapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,130 > 1,995$) dan nilai probabilitas kualitas produk lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu $0,003 < 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini mendukung dari temuan yang dikemukakan oleh2, yang menyatakan bahwa bahwa Kualitas Produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 0,323 dengan t_{hitung} sebesar 3,824 dan nilai signifikan sebesar 0,000 ($< 0,05$), maka keputusan H0 ditolak. Berarti hipotesis yang menyatakan Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dapat diterima.

c. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan secara Simultan

Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara simultan, hal ini terlihat dari hasil regresi yang menerangkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai $F_{hitung} 98,096 > F_{tabel} 3,126$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$

yang menunjukkan bahwa ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di UD. Lancar Tuban. Artinya, adanya peningkatan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama akan meningkatkan kepuasan pelanggan di UD. Lancar Tuban, sehingga model penelitian yang dilakukan sudah tepat.

Hasil penelitian ini mendukung dari temuan yang dikemukakan oleh3, yang menyatakan bahwa bahwa Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan pelanggan Indah Photo Studio Tuban, hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan regresi secara simultan diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($64,817 > 3,156$) dan nilai probabilitas $F_{hitung} <$ dari 0,05 ($0,000 > 0,05$) dan kontribusi pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Indah Photo Studio Tuban sebesar 0,702 atau sebesar 70,2%.

KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan dalam analisis data sebelumnya dapat disimpulkan bahwa, Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD. Lancar yang beralamatkan di jalan Raya Tuban-Babat Km. 4 no.1163 Kecamatan Semanding Kabupaten Tuban. Hal ini memberi arti bahwa kualitas pelayanan yang baik, ramah, sopan, tanggap, dan cekatan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,788 atau sebesar 78,8%.

Kualitas produk mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD. Lancar yang beralamatkan di jalan Raya Tuban-Babat Km. 4 no.1163 Kecamatan Semanding Kabupaten Tuban. Hal ini memberi arti bahwa kualitas produk yang sesuai dengan standar nasional, harapan pelanggan, dan tingkat kenyamanan produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,200 atau sebesar 20%.

Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama (*simultan*) mempunyai

pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD. Lancar yang beralamatkan di jalan Raya Tuban-Babat Km. 4 no.1163 Kecamatan Semanding Kabupaten Tuban, hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan regresi secara simultan diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($98,096 > 3,126$) dan nilai probabilitas $F_{hitung} <$ dari 0,05 ($0,000 > 0,05$) dan kontribusi pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan UD. Lancar Tuban sebesar 0,743 atau sebesar 74,3%. UD. Lancar Tuban sebaiknya mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan pelatihan kepada setiap karyawan mengenai kualitas pelayanan yang meliputi *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*.

Berdasarkan hasil kesimpulan menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh paling kecil terhadap kepuasan pelanggan, maka hendaknya UD. Lancar Tuban lebih memperhatikan lagi tentang kualitas produk yang dijualnya kepada pelanggan, yaitu dengan cara memilah produk yang layak jual dan yang akan dikembalikan ke pabrik, sehingga pelanggan tidak akan kecewa.

Bagi peneliti selanjutnya, dalam penelitian ini variabel yang digunakan sangat terbatas yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk, diharapkan untuk peneliti yang akan datang mengembangkan variabel independen guna menambah varian pengaruh yang lebih komplit.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Amir, Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran: Jelajahi dan Rasakan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persana.
- [2] Armstrong, Kotler. 2015. "*Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*", England: Pearson Education, Inc.
- [3] Basith, Abdul, Srikandi Kumadji, Kadarisman Hidayat. 2014. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan (*survei pada pelanggan De'Pans Pancake and Waffle di Kota Malang*). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 11. No. 1*.
- [4] Dewi Herviana, Diana. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Indah Photo Studio Tuban*. Skripsi Prodi Pendidikan Ekonomi. UNIROW Tuban

- [5] Dikan. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Perusahaan Batik Gedog HM. Sholeh Tuban*. Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi. Unirow Tuban.
- [7] Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- [8] Kotler, Philip and Kevin L. Keller, *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. (Erlangga. Jakarta, 2009a).
- [9] Laetitia, Stephani Imannuela, Elke A., Satria FA. “*Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Tanamera Coffee Pacific Place*”, JIMEA, Vol. 5 No.1, 2021. hal. 1702
- [9] Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- [10] Marwanto, A. 2015. *Marketing Akses*. Penerbit Kobis. Yogyakarta.
- [11] Priansah, Doni J. 2017. *Prilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- [12] Sofiah, Suci, Andi Surya Rahmana, Zeiny Triana. “*Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Indomaret Aria Putra Swadaya Taman Kedaung Ciputat Tangerang selatan*”, HUMANIS, Vol. 1 No. 2, Juni 2021. hal.886
- [13] Sugiyono. 2012. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- [14] Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [15] Tjiptono, Fandy. Ph. D. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- [16] Tjiptono, Fandy dan Greforius, Chandra. 2016. *Pemasaran Jasa (prinsip, penerapan, dan penelitian)*. Penerbit Andy. Yogyakarta.
- [17] Triantoro, Kurnia, dkk. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Kereta Api Menoreh Kelas Ekonomi Studi Kasus Pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang. *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science*. Hal. 1-10. <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/>